Autor Guste Santini
Ponedjeljak, 04 Prosinac 2000 16:00

"Laško pivo i Radenska osvajat će hrvatsko tržište iz bivše Kutline Jadranske pivovare"; "Kupnja Jadranske pivovare od Pivovarne Laško te Preradinih Pekare i Tvornice tjestenina Cetina od ljubljanskog Žita" očitavamo na 6. stranici "Jutarnjeg lista" od 4.12.2000. godine.

Slovenija, s kojom nas veže zajednički život u "zajedničkom mraku" gotovo 70 godina, pokazuje što valja činiti kada je vlastito tržište isuviše malo za razvoj konkurentnih industrija u uvjetima globalizacije i što učiniti da bi bila učinkovita priprema za predstojeće članstvo u EU. Odista u Sloveniji postoji Koncepcija i strategija razvoja ma kako je oni krstili na dobrobit svih građana Slovenije.

U Sloveniji ne teče med i mlijeko. U Sloveniji plaće su male i radnici nisu zadovoljni. Granična područja sa Hrvatskom sve više "preferiraju nacionalnu radnu snagu" pa ipak investiraju u Hrvatsku. Zašto? Kako je moguće u uvjetima kada i sami imaju značajnih problema pa i graničnih sporova sa Hrvatskom da čine ono što čine? Slovenija je iz dana u dan sve prisutnija na hrvatskom tržištu eto što čine. Vjerojatno bi bila još prisutnija da su joj grnice odista otvorene kao nekim nama udaljenijim zemljama.

Malo nacionalno tržište može u dugom vremenskom horizontu osigurati blagostanje svom stanovništvu jedino ako se aktivno i agresivno odredi prema globalizaciji. Naša filozofija o razvoju malih obiteljskih tvrtki, koje su izraz samoeksplatacije kako je to precizno nazvao J.K.Galbraith, neće i ne mogu biti okosnica razvoja. Okosnica razvoja mogu biti sistemi koji mogu trpiti velike fiksne troškove istraživanja i razvoja. Ako je Pliva, vjerojatno još uvijek ponos hrvatske privrede, srednje poduzeće sa ukupnim prihodom većim od 750 miljuna maraka - čija budućnost izravno ovisi o novom "sumamedu" - i pitanje je da li će uspjeti. Izneseno pokazuje sasvim jasno da mali bez obzira na poduzetničku romantiku nemaju šanski. To je životna stvarnost. Ostalo je priča koja, na žalost, ima porazne rezultate za zemlje koje provode politiku razvoja nacionalne ekonomije temeljenim na malim.

Postoje dokazi da su male zemlje jednako kao i nerazvijene zaprvo izvoznici kapitala. Teško je naći malu razvijenu zemlju u kojoj ne dominira nekoliko značajnih globalnih proizvođača.

Prema tome, Hrvatska je i mala i nerazvijena zemlja i, sukladno tome, izvoznik je kapitala. Ona to radi na najgori mogući način. Servisiranje inozemnog duga, rasprodaja obiteljskog srebra - dnevno se odvija. Mnogi smatraju, autor ovih redaka je suglasan sa takvim mišljenjima, da mi u osnovi ne prodajemo obiteljsko srebro već ga drugi kupuju. Mi se ne zadužujemo drugi nam daju kredite prema svom nahođenju. Do kuda li smo dogurali? Bilanca odnosa sa inozemstvom je poznata i porazna.

Slovenija svjesna svojih ograničenja iste je pretvorila u razvojnu šansu. Trebaju li primjeri? Nova ljubljanska banka. Gorenje. Nabrajanja bi se mogla značajno produžiti ali ipak posebno ističem slučaj Elana koji je mogao biti značajna hrvatska investicija u inozemstvu a ipak to nije. To je bit naše filozofije. Mi imamo sadašnjost i ona nam je jedino bitna. Budućnost ostavljamo budućim generacijama i mi ne želimo "igrati u tom filmu".

Slovenija ispravno segmentira tržište - na način kako to rade monopolitsti - kako bi maksimirala svoju privrednu aktivnost. Pri tome se prilagođavaju datim uvjetima. Gorenje izvozi robu diljem Evrope. Pivovarna Laško će proizvoditi pivo u Hrvatskoj. Tako se radi posao i tako se uspjeva.

Zaključno treba reći da bi bilo, konačno, red da shvatimo u kojoj i kakvoj smo situaciji, te da počnemo učiti od naših susjeda kako bi se naša nezavidna situacija poboljšala. Ovo ne zato da ih (tj. Sloveniju) onemogućavamo u nastupu na hrvatskom tržištu već da hrvatska privreda agresivno krene u proces globalizacije na sličan način kako to i oni rade. Proces globalizacije se odvija samo marginalno u Hrvatskoj i što to prije shvatimo prije ćemo se okrenuti prema inozemstvu za bolje sutra. Ovo nam je obveza prema generacijama koje dolaze, dakle našoj djeci.